

# 折込広告 販促カレンダー

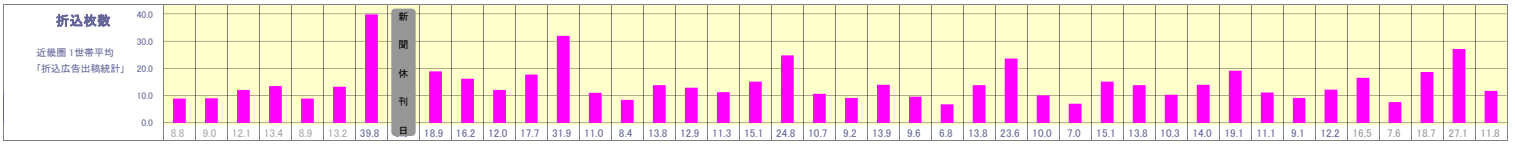
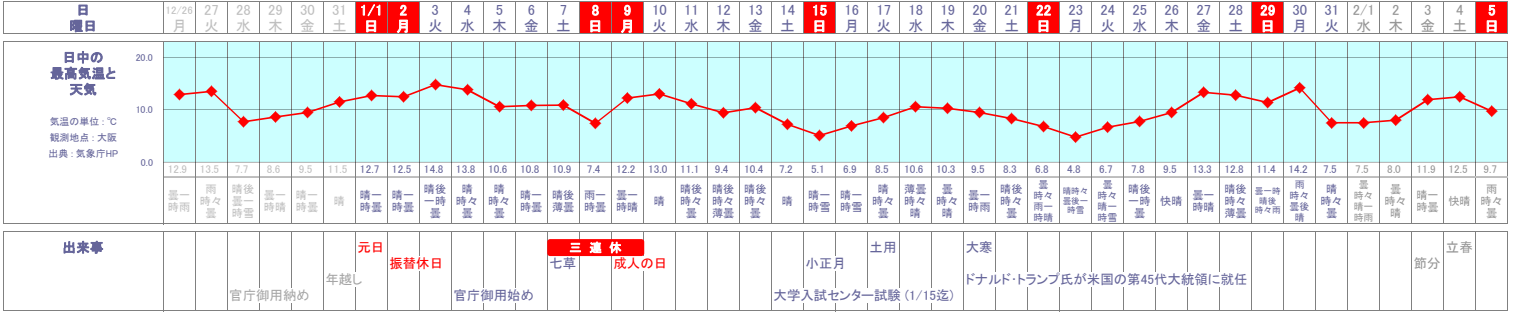


## 2018年 1月

### 前年データ - 2017年 -

【全国1世帯当たりの消費支出 月別推移】 調査対象は2人以上の世帯/実質増減率は対前年同月比/出典：総務省「家計調査」

調査年	2016年												2017年											
調査月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
消費支出 (円)	269,774	300,889	298,520	281,827	261,452	278,067	276,338	267,119	281,961	270,848	318,488	279,249	269,774	300,889	298,520	281,827	261,452	278,067	276,338	267,119	281,961	270,848	318,488	279,249
実質増減率 (%)	1.3	-5.3	-0.4	-1.1	-2.3	-0.5	-4.6	-2.1	-0.4	-1.5	-0.3	-1.2	1.3	-5.3	-0.4	-1.1	-2.3	-0.5	-4.6	-2.1	-0.4	-1.5	-0.3	-1.2



### 本年ポイント - 2018年 -

【今月の季節】  
 新年 年の始 年改まる 年頭 初春 初日の出 初富子 恵方巻 七福神詣 お年玉 年賀状 初電話 屠蘇 雑煮 太宰 門松 注連飾り 鏡餅 書初め 新年会 初賀宝船 初夢 出初 寒の入 寒の内 復正月 凍る 雪 水柱 寒の雨 厳寒 春待つ

曜日	12/26	27	28	29	30	31	1/1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	2/1	2	3	4					
曜	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日			
予定							元日	振替休日						三連休								小正月	土用																							
行事							皇居初御参賀	初初夢	初初書	初初夢	石の日	遺言の日	ひとみの日	省エネの日	大発表	初水天宮	初水天宮	遺言の日	カラーの日	果物の日	歯の交換日	おみやげ感謝デー	おみやげ感謝デー	お菓子の日	中華の日	頭髪の日	二輪・自転車安全日	食育の日	7日の日	禁煙の日	ふみの日	削り節の日	風呂の日	仏壇の日	肉の日	みその日	そばの日									
折込枚数	8.8	9.0	12.1	13.4	8.9	13.2	39.8	18.9	16.2	12.0	17.7	31.9	11.0	8.4	13.8	12.9	11.3	15.1	24.8	10.7	9.2	13.9	9.6	6.8	13.8	23.6	10.0	7.0	15.1	13.8	10.3	14.0	19.1	9.1	12.2	16.5	7.6	18.7	27.1	11.8						

#### 重点テーマ



### お正月 (三が日)



### 新生活・新入学商戦



#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 2018年の干支は戊戌 (いぬ) - 関連ワードに注目
  - ... 戌年生まれの有名人や干支地名、ペット、ぬいぐるみ、玩具、マンガ・アニメキャラクター など
- ◆ 年末年始はイベントが目白押し - 期間中の販促の成否が当月の売り上げを決する
  - ... 初詣、初売り (福袋+グッズ)、お年玉 (玩具)、綿着ラッシュ、年始のあいさつ (ギフト) など
- ◆ 年末年始における折込広告の出稿は分散化の傾向
  - 日別の出稿枚数、1月1日が減少、12月31日が増加
  - ... 流通小売業の初売り開始が多様化し、その流れが折込広告の出稿タイミングにも反映

	12月31日	1月1日	1月2日	1月3日	期間計
2014年度	12.0枚	50.7枚	新聞休刊日	14.8枚	77.5枚
2017年度	16.7枚	46.0枚	新聞休刊日	14.5枚	77.2枚
3年間の増減率	+39.2%	-9.3%	-	-2.0%	-0.4%

#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 新生活商戦、多くは初売りの直後からスタート。1月下旬に最初のヤマ場を迎える【ホームセンター 東京地区 前年実績】
  - ... 商戦は以降、『春の買い替え・暮らし替え・模様替え』や『卒業』『進学』『新社会人』『新学期』といったその時期その時期の趣向を盛り込みながらマイナーチェンジを繰り返し、最終の『買い忘れ』需要の取り込みまで計算に入れると4月上旬までの3か月にわたる長丁場となる
- ◆ 一方、新入学商戦は大詰め【総合スーパー 東京地区 前年実績】
  - ... その打ち出しもランドセル・学習机から母子のフォーマルスタイルにシフト

#### 早めの花粉対策

#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 折込広告での訴求、早い企業で1月第3週から【ドラッグストア 東京地区 前年実績】

### バレンタイン商戦 - 2月14日、今年は水曜日

#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ バレンタインのチョコレート予約【総合スーパー 東京地区 前年実績】
  - ... インターネット予約は12月下旬から。店頭販売は1月第1週、初売り終了のタイミング
- ◆ バレンタインデーの捉え方が多様化、若年層は「友だちとチョコを交換する日」 - 「本命」「義理」にこだわるのは中高年
  - ... チョコの種類も多種多様に (友チョコ、シェアチョコ、ファミチョコ、社交チョコ、世話チョコ、ご褒美チョコ など)

#### 訴求テーマ・商品例

- ◆ 春の七草
  - 食料品： ゼリ、ナズナ、ゴキウ、ハコベラ、ホトケナギ、スナ、スズメ

#### 七草

#### 成人の日

#### 三連休のごちそう

- 食料品： しゃぶしゃぶ、ステーキ、刺身・寿司、真鯛、鍋、酒類

#### 節分・恵方巻

#### 大寒

#### 訴求テーマ・商品例

- ◆ 大寒 - 寒の魚
  - 食料品： ぶり、かき

#### 需要予測のヒントと販促のポイント

- ◆ 恵方巻予約、承り開始は1月第1週、初売り終了のタイミング【食品スーパー 東京地区 前年実績】